

PENERAPAN *VALUE ENGINEERING* DAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM DI RW 06 KAMPUNG BARU, KELURAHAN JELUPANG, KECAMATAN SERPONG UTARA, TANGERANG SELATAN

Ruspendi, Anthon Rudy W, Budi Aprina

Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri , Universitas Pamulang

dosen00903@unpam.ac.id , dosen00919@unpam.ac.id dosen00917@unpam.ac.id

Abstrak

Penerapan *Value Engineering* pada pembuatan produk sangat penting karena untuk mengetahui hubungan fungsi uang sesungguhnya terhadap biaya yang diperlukan dan memberikan cara pengambilan keputusan mengenai usaha-usaha yang diperlukan selanjutnya. Dengan menerapkan *Value Engineering* diharapkan UMKM Karang Taruna RW 06 Kampung Baru Kelurahan Jelupang mampu menekan biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk yang akan di produksi. Kemudian strategi pemasaran yang bisa dijalankan untuk produk semir ban, bisa dengan cara memasarkan pada lingkup paling kecil terlebih dahulu yaitu warga sekitar kelurahan, kemudian bisa juga memasarkan pada komunitas-komunitas mobil maupun motor, serta memasarkan pada car wash (pencucian mobil) maupun tempat pencucian motor. Selanjutnya pemasaran bisa dilakukan juga ke toko-toko yang menjual pernik -pernik otomotif atau yang sering disebut toko aksesoris kendaraan.

Kata Kunci: UMKM, *Value Engineering*, Strategi Pemasaran

Abstract

The application of Value Engineering in the manufacture of products is very important because it is to determine the relationship between the true function of money and the costs required and to provide a way of making decisions about the next necessary efforts. By applying Value Engineering, it is hoped that the UMKM Karang Taruna RW 06 Kampung Baru, Jelupang Village will be able to reduce production costs and improve the quality of the products to be produced. Then the marketing strategy that can be implemented for tire polish products, can be marketed at the smallest scope first, namely residents around the village, then can also market to car and motorcycle communities, and market to car wash (car washes) and washing places. motorcycle. Furthermore, marketing can also be done to shops that sell automotive knick-knacks or what is often called a vehicle accessories shop.

Keywords: *UMKM, Value Engineering, Marketing Strategy*

A. PENDAHULUAN

Kecamatan Ciputat, Pamulang, Serpong, dan Pondok Aren di kota Tangerang Selatan biasa dipanggil dengan nama singkatan Cipasera wilayah cipasera sangat mungkin mengelola pendapatan asli daerah pad sendiri mengelola sumber-sumber kemampuan daerah secara mandiri dan mampu melakukan penataan pembangunan pengelolaan dan

pengawasan daerah dengan tenaga sendiri (Arsip Nasional Republik Indonesia, 2013)

Potensi daerah wilayah cipasera dapat dikategorikan ke dalam 6 jenis potensi pendapatan daerah potensi ekonomi potensi sumber daya manusia lapangan kerja lapangan usaha pusat pendidikan dan teknologi. Kota Tangerang Selatan memiliki moto cerdas modern dan religious. Sifat-sifat mulia yang

menjadi tantangan dan harapan semua pihak berharap memiliki masa depan yang terang benderang, mutlak membutuhkan rancang bangun yang baik meliputi tahapan-tahapan yang terukur setidaknya mengacu kepada konsep kehidupan yang ingin diwujudkan cerdas modern religious.

Memasuki awal tahun 2009 kabupaten Tangerang Selatan benar-benar mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan ditandai dengan munculnya pusat-pusat perbelanjaan baru seiring dengan meningkatnya jumlah pemukiman dan jumlah penduduk.

Dalam bidang ekonomi, berdasarkan data BPS hingga tahun 2016, Perekonomian Tangerang Selatan menunjukkan hal positif dimana tingkat pendapatan per kapita dalam 5 tahun terakhir (2012-2016) selalu menunjukkan peningkatan.

Tabel 1 Pendapatan Perkapita Kota Tangerang Selatan 2015-2019

Pendapatan Perkapita Kota Tangerang Selatan (Juta Rp) 2015-2019				
2015	2016	2017	2018	2019
36,44	38,46	41,33	44,33	47,39

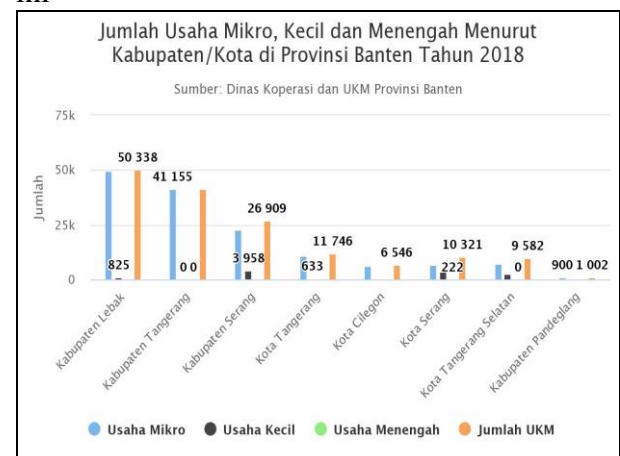
(Sumber: Data BPS Kota Tangerang Selatan 2020)

Tetapi dalam hal positif tersebut terdapat sebuah catatan bagi para pengelola kebijakan di-mana dalam hal struktur ekonomi Tangerang Selatan pada periode yang sama, perekonomian Tangerang Selatan didominasi oleh kelompok lapangan usaha tersier (mewah) dimana Lapangan Usaha Real Estate dan Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor menjadi 2 (dua) sektor penyumbang terbesar PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) Kota Tangerang Selatan. Bahkan gabungan dari kedua item tersebut pada tahun 2019 menyumbang hampir 47% dari total PDRB (Susanto & Iqbal, 2019).

Berdasarkan data di atas, pemerintah Kota Tangerang Selatan masih mempunyai pekerjaan rumah yang cukup berat terkait

pemerataan bidang perekonomian khususnya terkait lapangan usaha. Karena pertumbuhan ekonomi tidak selalu berdampak kepada tingkat pemerataan ekonomi (Agusalim, 2015)

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten, pada tahun 2018 ada sekitar 9.582 usaha mikro, kecil dan menengah di Tangerang Selatan, yang diantaranya tersebar di wilayah Serpong Utara khususnya kelurahan Jelupang. Data lengkap jumlah usaha mikro, kecil dan menengah di Tangerang Selatan dari Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Banten tahun 2018 dapat dilihat pada **Gambar 1** berikut ini



(Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Banten 2018)
Gambar 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Provinsi Banten

Pada saat musibah melanda dunia dengan adanya wabah Covid 19 terutama di Indonesia, tentu sangat mempengaruhi beberapa sektor perkembangan negara kita terutama pada sektor perekonomian. Hal ini pun di alami oleh para pengusaha UMKM terutama pada menurunnya omset pendapatan pelaku UMKM di wilayah Serpong Utara Khususnya kelurahan Jelupang. Dengan adanya kebijakan penerapan PSBB oleh pemerintah daerah untuk memutus mata rantai wabah Covid dan untuk menjaga keselamatan warganya dimasa pandemi, berakibat menurunnya daya beli konsumen pada bisnis UMKM, sehingga

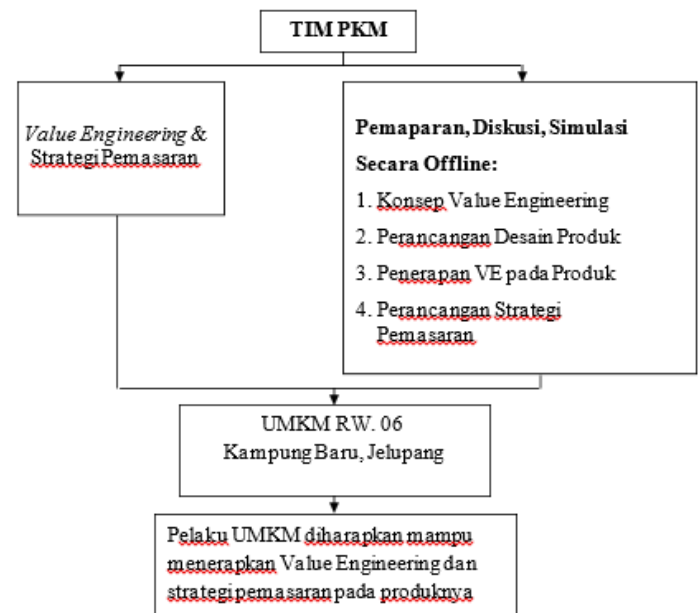
para pelaku UMKM harus bisa mengembangkan produk-produknya terutama untuk meminimalkan biaya produksi dan mencari solusi berupa strategi pemasaran yang tepat pada saat masa pandemi Covid 19 saat ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 3 dosen dan 3 mahasiswa semester 5, terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh Masyarakat Indonesia khususnya di lingkungan RW06 Kampung Baru, Jelupang, Kota Tangerang Selatan yaitu dengan mengadakan penyuluhan tentang desain produk dan strategi pemasaran. PKM yang dilaksanakan berjudul “Penerapan Value Engineering dan Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Produktivitas UMKM di RW 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Kecamatan Serpong Utara, Tangerang Selatan”.

B. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan penyuluhan dan pendampingan pelaku UMKM di RW. 06 Kampung Baru, Jelupang, Kota Tangerang Selatan yang dikemas dengan nama kegiatan “Penerapan Value Engineering dan Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Produktivitas UMKM di RW 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Kecamatan Serpong Utara, Tangerang Selatan”. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema di bawah ini

Kerangka pemecahan masalah untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 2**:



Gambar 2 Kerangka kegiatan PKM

Realisasi Pemecahan Masalah

Dengan disetujuinya proposal pengabdian kepada masyarakat yang diajukan oleh Dosen Universitas Pamulang Prodi Teknik Industri dengan judul “Penerapan Value Engineering dan Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Produktivitas UMKM di RW 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Kecamatan Serpong Utara, Tangerang Selatan”, maka semua anggota PKM langsung mempersiapkan kebutuhan terkait pelaksanaannya. Adapun hal tersebut adalah sebagai berikut:

- Melakukan survey awal ke lokasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelatihan.
- Mempersiapkan materi terkait Value Engineering dan strategi pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh UMKM.
- Melakukan koordinasi dan perijinan serta melengkapi berkas yang diperlukan kepada pihak terkait baik di lapangan maupun di internal Universitas Pamulang.
- Memilih salah satu produk UMKM yaitu semir ban, yang akan dijadikan object dalam penerapan Value Engineering.
- Mempersiapkan media pelaksanaan dan simulasi pelatihan penerapan Value Engineering.
- Melakukan pelaksanaan penyuluhan dan simulasi penerapan Value Engineering

pada produk semir ban sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.

- g. Melakukan perancangan strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada produk semir ban.
- h. Mempersiapkan berkas administrasi serta pelaporan hasil pengabdian kepada masyarakat.

Pembinaan dan penyuluhan penerapan *Value Engineering* pada produk semir ban ini diharapkan dapat melengkapi wawasan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di RW. 06 Kampung Baru, Jelupang dalam berbagai segi kehidupan dan dapat meningkatkan keuntungan usaha mereka.

Khalayak Sasaran

Sasaran dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah para pelaku UMKM serta masyarakat RW 06 Kampung Baru, Jelupang, Kota Tangerang Selatan. Diharapkan dengan diberikannya penyuluhan penerapan *Value Engineering* ini bisa menambah ketrampilan yang kemudian bisa meningkatkan perkembangan industri kecil sehingga perekonomian bisa lebih baik

Tempat Dan Waktu

Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat ini tetap mematuhi protocol Kesehatan dengan menyediakan tempat cuci tangan dan sabun serta masker yang diberikan kepada semua peserta. Penyuluhan dan simulasi *Value Engineering* ini dihadiri oleh pemuda dan warga yang merupakan pelaku UMKM di RW. 06 Kampung Baru, Jelupang, Tangerang Selatan. Adapun jadwal dan tempat pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Hari/tanggal: Sabtu-Minggu, 05- 06 Desember 2020

Waktu : 09.00 wib s/d selesai

Tempat : Sudut Baca Opera RW 06, Kp. Baru, Jelupang.

Materi : Penerapan *Value Engineering* dan Strategi pemasaran Produk Produk Semir Ban

Metode Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Penyuluhan

Tujuan penyuluhan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada para pelaku UMKM di RW. 06 Kampung Baru, Jelupang tentang bagaimana menghasilkan suatu produk dengan biaya produksi yang optimal sehingga produk yang dihasilkan mampu bersaing secara harga dan kualitas. Kemampuan bersaing secara harga dan kualitas ini yang nantinya bisa meningkatkan omset penjualan serta laba yang dihasilkan juga bisa optimal. Materi lainnya yang disampaikan adalah merancang suatu strategi pemasaran untuk meningkatkan produktivitas maupun omset penjualan. Penyuluhan ini disampaikan dalam bentuk ceramah dan simulasi serta tanya jawab kepada peserta.

2. Simulasi

Simulasi yang dilakukan adalah bagaimana merancang suatu desain produk yang bisa menghasilkan produk dengan biaya produksi yang optimal. Dalam hal ini para UMKM diberikan pengarahan bagaimana membuat suatu takaran dari semua bahan baku yang digunakan dalam membuat semir ban. Selain takaran atau ukuran setiap bahan baku, para UMKM juga diberikan simulasi bagaimana menghitung jumlah minimum produksi sehingga biaya produksi dan juga laba yang dihasilkan bisa optimum. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan tentang cara penerapan *Value Engineering* dan strategi pemasaran pada produk semir ban. Penyuluhan dan simulasi dilaksanakan sampai semua peserta paham dan bisa menerapkannya

3. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah partisipasi aktif, dari mulai perencanaan kegiatan, penyusunan jadwal penyuluhan dan pelatihan. Partisipasi mitra akan dievaluasi. Evaluasi

akan dilaksanakan selama dan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan. Selama pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan langsung oleh Tim Pengabdian. Sedangkan setelah pelaksanaan kegiatan dilakukan evaluasi dengan metode pengamatan terhadap hasil kegiatan. Kriteria evaluasi meliputi keaktifan dan antusiasme peserta penyuluhan dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan serta tingkat pemahaman peserta dalam mempraktekkan sendiri penerapan Value Engineering dan Strategi Pemasaran yang telah diajarkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Target program pengabdian masyarakat yang akan dituju adalah para pelaku UMKM di RW. 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Serpong, Tangerang Selatan yang memiliki usaha skala mikro dan kecil. Adapun hasil yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah para pelaku UMKM memiliki tambahan pengetahuan bagaimana menerapkan konsep Value Engineering pada saat pembuatan produknya terutama pada pembuatan produk semir ban. Hasil lainnya yang ingin dicapai oleh tim pengusul adalah meningkatnya kemampuan pemasaran produk semir ban baik dalam lingkungan kelurahan Jelupang maupun diluar lingkungan kelurahan Jelupang.

Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Dosen dan Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Pamulang di RW. 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Serpong, Tangerang Selatan, antara lain:

1. Tahap Persiapan

Tahapan persiapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi:

- a. Melakukan survey awal ke lokasi dan berkomunikasi dengan para pelaku UMKM untuk mengidentifikasi kebutuhan penyuluhan.
- b. Mempersiapkan materi terkait Value Engineering dan strategi pemasaran

dari produk yang dihasilkan oleh UMKM.

- c. Melakukan koordinasi dan perijinan serta melengkapi berkas yang diperlukan kepada pihak terkait baik di lapangan maupun di internal Universitas Pamulang.
 - d. Memilih salah satu produk UMKM yaitu semir ban, yang akan dijadikan object dalam penerapan Value Engineering.
 - e. Mempersiapkan media pelaksanaan dan simulasi pelatihan penerapan Value Engineering
- #### 2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat
- a. Pelaksanaan penyuluhan dan simulasi penerapan *Value Engineering* pada produk semir ban. Pemaparan dan simulasi tentang penerapan Value Engineering.



Gambar 3 Pemaparan & Simulasi Value Engineering

- b. Melakukan perancangan strategi pemasaran yang bisa diterapkan pada produk semir ban. Peranan strategi pemasaran sangat penting dalam meningkatkan nilai ekonomi (Ruspindi, 2019). Dengan menyusun strategi yang tepat dapat melihat peluang bisnis yang ada di wilayah RW 06 Kampung baru, kelurahan Jelupang.



Gambar 4 Pemaparan Strategi Pemasaran

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan (Sunardi et al., 2020). Salah satu proses evaluasi yang dilakukan team PKM adalah dengan menyebarkan kuesioner melalui google form untuk mengetahui tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan. Ada tiga instrument kuesioner yang disertakan dalam form survei, yaitu:

- Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik
- Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami
- Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

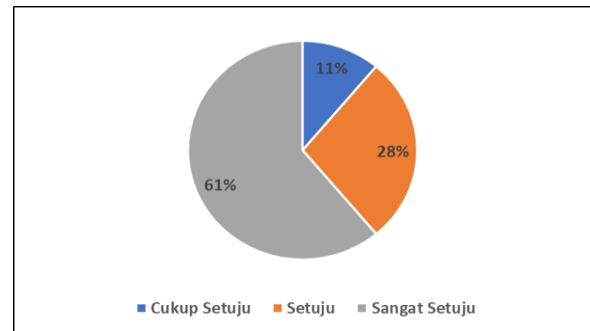
Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala likert 1 s/d 5 (Tidak setuju s/d Sangat Setuju). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan PKM yang sudah dilaksanakan

Tabel 2 Hasil Kuesioner Tanggapan Peserta PKM

Instrumen Kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik			2	5	11
Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami			1	3	14
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan			1		17

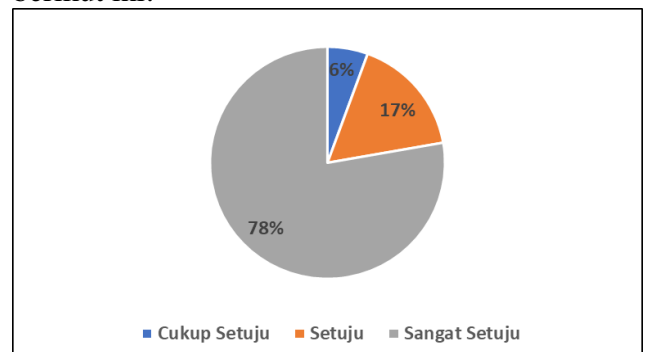
(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Dari data tanggapan peserta PKM pada table 4.1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan ada sekitar 61% sudah cukup memahami materi yang disampaikan. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



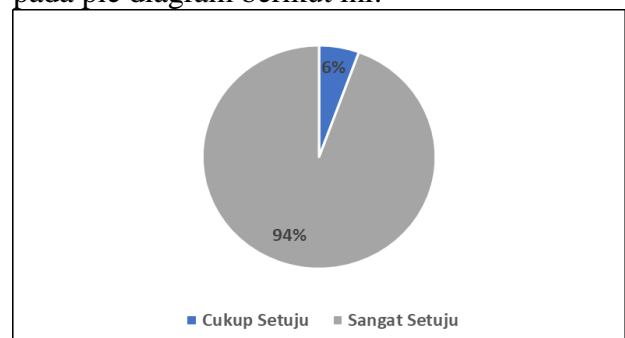
(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 5 Tanggapan Instrumen Kuesioner Pertama
Kemudian untuk instrument kuesioner kedua, ada sekitar 6% yang cukup setuju, 17% setuju dan 78% sangat setuju yang berpendapat bahwa Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 6 Tanggapan Instrumen Kuesioner Kedua
Pada instrument kuesioner ketiga, ada sekitar 6% yang cukup setuju dan 94% sangat setuju yang berpendapat bahwa perlu diadakan pelatihan yang. Data lengkapnya bisa dilihat pada pie diagram berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 7 Tanggapan Instrumen Kuesioner Ketiga

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan PKM dengan tema Penerapan *Value Engineering* dan Strategi Pemasaran untuk meningkatkan Produktivitas UMKM di RW 06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Kecamatan Serpong Utara, Tangerang Selatan, adalah sebagai berikut:

1. Penerapan *Value Engineering* pada pembuatan produk sangat penting karena untuk mengetahui hubungan fungsi uang sesungguhnya terhadap biaya yang diperlukan dan memberikan cara pengambilan keputusan mengenai usaha-usaha yang diperlukan selanjutnya. Dengan menerapkan *Value Engineering* diharapkan UMKM Karang Taruna RW 06 Kampung Baru Kelurahan Jelupang mampu menekan biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk yang akan di produksi
2. Strategi pemasaran yang bisa dijalankan untuk produk semir ban, bisa dengan cara memasarkan pada lingkup paling kecil terlebih dahulu yaitu warga sekitar kelurahan, kemudian bisa juga memasarkan pada komunitas-komunitas mobil maupun motor, serta memasarkan pada car wash (pencucian mobil) maupun tempat pencucian motor. Selanjutnya pemasaran bisa dilakukan juga ke toko-toko yang menjual pernik -pernik otomotif atau yang sering disebut toko aksesoris kendaraan.

Saran

Diperlukan penyuluhan dan pelatihan berkesinambungan untuk meningkatkan omset para pelaku usaha UMKM di masa pandemi Covid 19, supaya mereka mampu bersaing dengan usaha-usaha yang skalanya lebih besar. Pemahaman akan Electronic Commerce atau yang lebih umum disebut dengan E- Commerce

Ucapan Terima Kasih

Atas terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini kami selaku narasumber mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh jajaran yang terlibat baik itu dari Internal LPPM universitas Pamulang dan Kelompok UMKM RW.06 Kampung Baru, Kelurahan Jelupang, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Agusalim, L. (2015). Pertumbuhan Ekonomi, Ketimpangan Pendapatan dan Desentralisasi. *Kinerja*, 20, 53–68.
- Arsip Nasional Republik Indonesia. (2013). Citra Kota Tangerang Selatan Dalam Arsip. *Anri*.
- Ruspindi, R. (2019). Strategi Keunggulan Bersaing Industri Retail Komponen Otomotif Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Di Pt. Astra Otoparts Tbk. *JITMI (Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri)*, 2(1), 18. <https://doi.org/10.32493/jitmi.v2i1.y2019.p18-26>
- Sunardi, N., Lesmana, R., Rudi, Kartono, & Hasbiyah, W. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi Ukm Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi Covid-19. *Abdi Masyarakat*, 2(1), 75–86.
- Susanto, S., & Iqbal, M. (2019). Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam Sinergitas Akademisi Dan TNI Bersama Tangkal Hoax Dan Black Campaign. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.31960/caradde.v2i1.119>
- Susanto, Muhamad Iqbal, and Wawan Supriyatna. "Creating an Efficient Justice System with E-Court System in State Court and Religious Court of Rights." *International Journal of Arts and Social Science* 3.3 (2020): 354-361.